



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

João Pedro Lopes Carvalho

dezembro | 2015





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

JOÃO CARVALHO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO/2015

FICHA TÉCNICA

Discente:

João Pedro Lopes Carvalho

5007843

Comunicação Multimédia

Estabelecimento de ensino:

Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Docente orientadora:

Maria de Fátima Bartolomeu da Cruz Gonçalves

Entidade:

Studiobox

Rua Alexandre Herculano, 291

3510-038 Viseu

Tel. +351232 435 131

Telm. + 351 968 405 494

Email: geral@studiobox.pt

Supervisor na organização:

Bruno Esteves

Grau académico:

Licenciado

Duração do estágio:

17de agosto a 17 de novembro de 2015

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço ao Instituto Politécnico da Guarda e a todos os professores que tive na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, que foram fundamentais para a minha formação académica.

Quero agradecer à Prof.^a Fátima Gonçalves, por ter aceitado o meu convite para minha orientadora de estágio, pelo apoio, compreensão e disponibilidade ao longo do estágio.

Queria também agradecer à *Studiobox* por me ter aceitado na instituição e me dar esta oportunidade de estagiar e adquirir novos conhecimentos e experiência.

Agradeço à minha Família por ter acreditado em mim e me ter apoiado ao longo destes três anos de licenciatura em Comunicação Multimédia.

À cidade da Guarda pelos momentos que me proporcionou, cidade que aprendi a gostar e que será para sempre a minha cidade académica.

E por último, mas não menos importante, sou grato aos amigos que fiz durante a minha licenciatura principalmente à Olinda Coelho e Nádía Pina, obrigado pela amizade, carinho e conselhos.

A todos que me apoiaram durante todo este período de formação, o meu muito obrigado!

RESUMO

O presente relatório de estágio, referente ao estágio curricular, inserido no plano de estudos da Licenciatura em Comunicação Multimédia, ministrada na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, tem como objetivo relatar o trabalho desenvolvido entre os dias 17 de agosto e 17 de novembro de 2015, na empresa *Studiobox*, em Viseu.

Para conseguir realizar os trabalhos propostos no estágio, foram necessários os conhecimentos adquiridos durante a componente letiva no curso de Comunicação Multimédia. O estágio serviu como oportunidade de conseguir por em prática esses conhecimentos, principalmente na área de design gráfico, nas ferramentas da *Adobe Illustrator* e *Photoshop*.

O presente relatório encontra-se dividido em dois capítulos, no primeiro capítulo está presente a descrição da empresa e tudo o que lhe está associado. O segundo contém a descrição de todas as atividades desenvolvidas durante o período do estágio curricular.

Por fim, é apresentada uma reflexão crítica sobre o estágio, com uma perceção acerca da experiência profissional.

Palavras-Chave: Design Gráfico, *Mockups*, Aplicações, Publicidade

ÍNDICE GERAL

RESUMO	IV
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS	IX
INTRODUÇÃO.....	1
Capítulo I - Studiobox	2
1.1. Empresa	3
1.2. Localização.....	4
1.3. Estrutura organizacional	4
1.4. Comunicação	5
1.5. Identidade visual.....	7
1.5.1 Marca.....	8
1.5.2 Logótipo	8
1.5.3 Símbolo.....	9
1.6. Análise SWOT.....	9
Capítulo II - Estágio curricular.....	12
2.1 Estágio	13
2.2 Objetivos.....	13
2.3 Plano de estágio	13
2.4 Cronogramas.....	14
2.5 Atividades realizadas durante o estágio.....	16
2.5.1 Revista Valeu.....	16
2.5.2 Bombinhas	17
2.5.3 Os Repesenses	18
2.5.4 Reflexo Nutritivo.....	21

2.5.5 <i>Spanjaard</i>	23
2.5.6 Cartões-de-visita.....	23
2.5.7 Vídeos Mara Pedro	25
2.5.8 Artistas de música portugueses	26
2.5.9 Folha de saída de clientes	26
2.5.10 <i>Flyer Interecycling</i>	27
2.5.11 <i>Site NS Eletricidade</i>	28
2.5.12 Aplicação Futebol Clube Viseu 2001	30
2.5.13 <i>Mockups</i> Revistas	31
2.5.14 Pessoas Politicamente Expostas	34
REFLEXÃO FINAL	35
BIBLIOGRAFIA	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localização geográfica da <i>Studiobox</i>	4
Figura 2: Estrutura organizacional da <i>Studiobox</i>	5
Figura 3: Identidade visual da <i>Studiobox</i>	9
Figura 4: Ecrã principal da aplicação.	19
Figura 5: Ecrãs da equipa e dos jogadores.	19
Figura 6: Ecrãs do calendário, classificações e da reserva de bilhetes.....	20
Figura 7: Ecrãs da loja <i>online</i> , patrocínios e dos contactos.....	20
Figura 8: Estrutura do <i>template</i> para Reflexo Nutritivo.....	22
Figura 9: Ícones para o <i>site</i> do grupo Spanjaard.	23
Figura 10: <i>Mockup</i> cartão-de-visita de Viseu Garden Hotel.	24
Figura 11: <i>Mockup</i> cartão-de-visita de Grubrás.	24
Figura 12: <i>Mockup</i> cartão-de-visita da Fotofício.	25
Figura 13: Ficha clientes Soltemp, LDA.....	27
Figura 14: <i>Flyer Interecycling</i>	28
Figura 15: Realização do <i>site</i> em <i>wordpress</i>	29
Figura 16: Ecrã principal da aplicação Viseu 2001.....	30
Figura 17: <i>Mockup</i> Revista Valeu!.....	31
Figura 18: <i>Mockup</i> Revista Valeu!.....	32
Figura 19: <i>Mockup</i> publicidade.....	33
Figura 20: <i>Mockup Outdoor</i>	33

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Análise SWOT da <i>Studiobox</i>	10
Quadro 2 - Cronograma das atividades de estágio de 17 de agosto a 17 de setembro.....	15
Quadro 3 - Cronograma das atividades de estágio de 18 de setembro a 17 de outubro.....	15
Quadro 4 - Cronograma das atividades de estágio de 19 de outubro a 17 de novembro.....	16

LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

CS6	<i>Creative Suite 6</i>
PNG	<i>Portable Network Graphics</i>
JPEG	<i>Joint Photographics Experts Group</i>
SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i>
GESP	Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais
PEP	Pessoas Politicamente Expostas
REEE	Reciclagem de Resíduos de Equipamento Elétrico e Eletrónico

INTRODUÇÃO

O presente relatório de Estágio é redigido após a realização do estágio curricular. O estágio é parte da obtenção de Licenciatura em Comunicação Multimédia da Escola Superior de Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio curricular é a oportunidade de interação com o mercado de trabalho. Como conclusão de curso, temos a oportunidade de ingressar numa empresa, pelo período de três meses, e aí, poderemos aplicar os conhecimentos adquiridos durante os três anos de Licenciatura. Durante o estágio dá-se também supremacia aos conhecimentos que se adquire com quem já está no mundo de trabalho e já possui experiência do que é trabalhar a nível profissional.

Este relatório é o resultado de um estágio com a duração de três meses, em regime de tempo inteiro, na empresa *Studiobox*, sediada na cidade de Viseu e o seu principal objetivo é descrever o trabalho desenvolvido durante os três meses de estágio na empresa.

O relatório está dividido em dois capítulos, sendo que no primeiro apresenta-se a empresa, a sua estrutura organizacional, a identidade visual, onde se explica a marca, o logótipo e o símbolo. É também apresentada a morada da empresa, a sua localização no *Google maps*, e a forma de comunicar da instituição. Finalmente é realizada uma análise onde são apresentados os pontos fortes, fracos, as oportunidades e as ameaças da organização.

No segundo capítulo são apresentados os objetivos, o plano de estágio (Anexo 1) e três cronogramas com todas as atividades realizadas durante os três meses. São também descritas todas as atividades realizadas, as aprendizagens efetuadas e as dificuldades encontradas.

Para finalizar o relatório é efetuada uma reflexão final onde manifestei a minha opinião relativamente ao estágio e a esta primeira experiência no mundo do trabalho.

studiobox[®] 

Neste capítulo apresenta-se a empresa, a sua estrutura organizacional, a identidade visual, onde se explica a marca, o logótipo e o símbolo. É também apresentada a morada da empresa, a sua localização no Google *maps*, e a forma de comunicar da instituição. Finalmente é realizada uma análise onde são apresentados os pontos fortes, fracos, as oportunidades e as ameaças da organização.

1.1. Empresa

A empresa *Studiobox* foi fundada em 2004. É uma empresa especializada na criação de estratégias de comunicação, na planificação de meios e consultoria de imagem. Na *Studiobox* criam imagem, desenvolvem identidades corporativas, concebem web *design/hosting* e multimédia. Realizam eventos sociais, profissionais e desportivos; e dispõem de um agenciamento artístico para complementar todos esses eventos: músicos, DJs, modelos, promotores, *entertainers*, entre outros (Esteves, 2005).

A *Studiobox* pretende com o seu trabalho criar parcerias e sinergias com cada um dos seus clientes, ultrapassando assim, com base numa relação de confiança as barreiras de comunicação e imagem que se possam erguer (Esteves, 2005).

A missão da empresa é auxiliar os clientes a desenvolverem um processo de comunicação válido para com os seus públicos-alvo. Cada cliente é analisado de uma forma única, com o objetivo de definir a melhor estratégia de comunicação, a fim de propor um plano de ações a desenvolver de forma aos melhores resultados serem atingidos (Esteves, 2005).

A qualidade do serviço que a empresa presta aos clientes é uma prioridade permanente. A *Studiobox* desenvolve estudos de avaliação das ações de comunicação, de forma a apurar resultados obtidos e a monitorizar o plano estratégico (Esteves, 2005).

A *Studiobox* utiliza os seus recursos internos para delinear processos de comunicação, de acordo com a estratégia previamente definida para e com cada cliente, a empresa dispõe de vários serviços: criação de identidades de empresa, desenvolvimento de aplicativos móveis à medida para *Android* e *iOS*, criação de *websites*, redes sociais, gestão e atualização de conteúdos, fotografia de produtos, realização de vídeo institucional, desenvolvimento de toda a linha gráfica para casamentos e instalação de sistemas de videovigilância com acesso remoto (Esteves, 2005).

1.2. Localização

A empresa *Studiobox* situa-se Rua Alexandre Herculano, 291 3510-038 Viseu. A rua é pouco movimentada, sendo a Studiobox o único ponto de interesse a nível comercial. É também uma rua de difícil acesso, visto que fica numa zona antiga e pouco conhecida da cidade de Viseu.

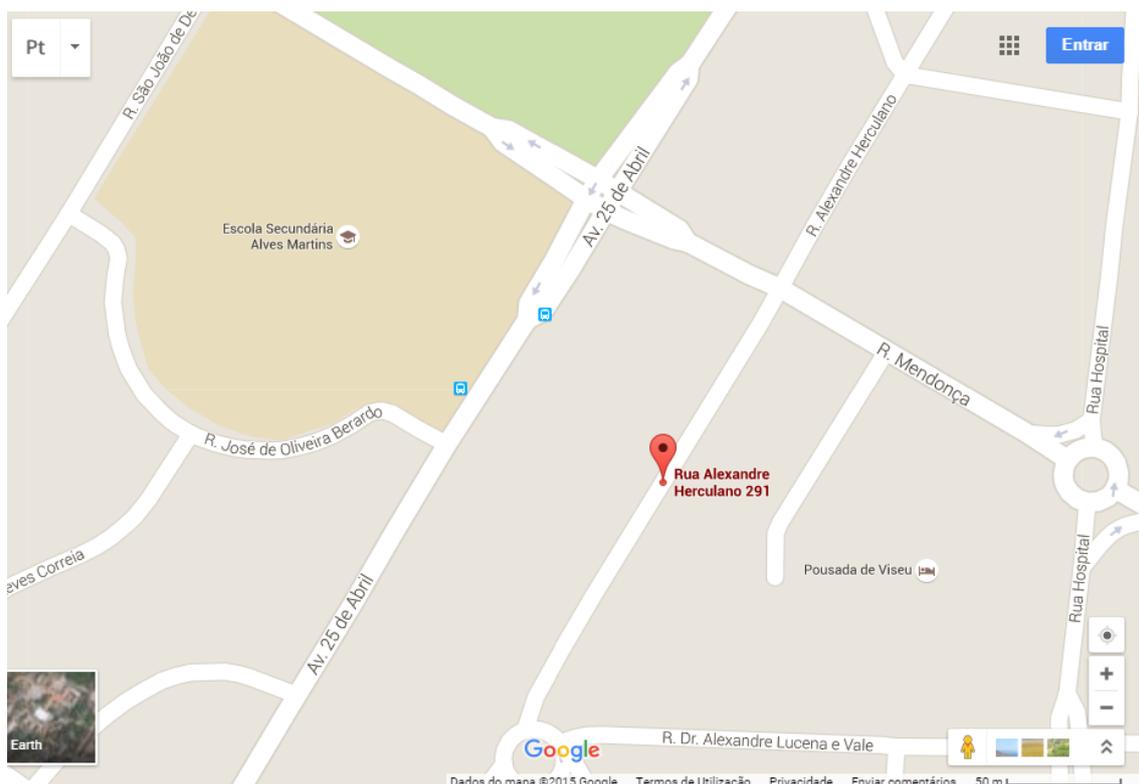


Figura 1: Localização geográfica da *Studiobox*.

Fonte: Google Maps.

1.3. Estrutura organizacional

Para J. L. Bowditch e A. F. Buono (1992: 167) a estrutura organizacional é definida como sendo as normas de trabalho e as distribuições hierárquicas das organizações, possibilitando assim que se possa ter um controle melhor das mesmas.

A *Studiobox* é formada por uma equipa de profissionais dinâmicos que aliam a sua competência a uma forte componente estratégica, artística e criativa. O desenvolvimento dos projetos tem por base o cumprimento de um objetivo, o principal, de corresponder sempre às expectativas e necessidades dos clientes.

Na empresa trabalham três pessoas (Figura 2), sendo o Bruno Esteves, que é *designer* gráfico o gerente da empresa e o responsável pela estética dos trabalhos, pois é ele que analisa os projetos e só com a sua aprovação é que os trabalhos são enviados para produção. O Bruno também é o fotógrafo da empresa e é ele quem faz a recolha exterior dos elementos e da informação relacionada com os trabalhos.

Patrícia Belo é a *designer* gráfica da empresa, sendo responsável pelo desenvolvimento dos trabalhos de design.

Susana Andrade é a pessoa responsável pelo desenvolvimento de *web sites* na *Studiobox* (Esteves, 2005).

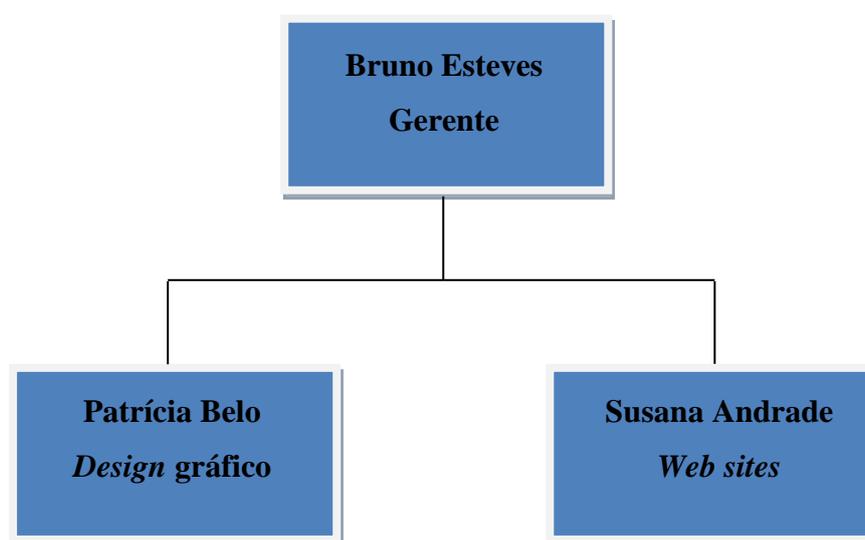


Figura 2: Estrutura organizacional da *Studiobox*.

Fonte: Elaboração própria.

1.4. Comunicação

A comunicação entende-se por todas as formas/modalidades desenvolvidas pela organização ou pelos seus colaboradores com o intuito de se relacionarem e interagirem com os seus públicos.

Caetano e Rasquilha (2007) defendem que esses públicos podem definir-se como um grupo de pessoas que interessam a essa instituição, estando direta ou indiretamente relacionados.

Após a compreensão da definição de públicos mencionada por Caetano e Rasquilha (2007), podemos considerar dois tipos de comunicação, a interna e a externa.

1.4.1. Comunicação Interna

A comunicação interna é direcionada para funcionários e colaboradores da empresa, define-se como um conjunto de atos de comunicação que se produzem no interior da empresa (Lindon *et al*, 2011).

Na *Studiobox*, a comunicação interna é informal, sendo praticamente toda realizada pessoalmente, outras vezes através de *e-mail* quando é necessário transmitir conteúdos multimédia.

1.4.2. Comunicação Externa

Relativamente à comunicação externa, esta é dirigida aos clientes, consumidores, sociedade, meios de comunicação, entre outros. Esta comunicação é responsável por ligar a organização ao seu público, através de uma mensagem que se traduz em dois sentidos, para além de criar e transmitir esta mensagem, a organização recebe informações do ambiente externo em que se encontra inserida (Lindon *et al*, 2011).

Quando a empresa finaliza um contrato com o cliente, este dirige-se ao departamento criativo, passando pessoalmente para o *designer* todos os pormenores do contrato e dos serviços que o cliente pretende, incluindo todas as suas ideias e a forma como pretende o resultado final do projeto.

1.4.2.1. Contacto Pessoal

Visto que o cliente é o elemento mais importante para a sustentabilidade da empresa é necessário criar uma ligação e transmitir confiança de forma a fidelizar. A *Studiobox* tem como objetivo estabelecer contacto pessoal com todos os seus clientes, a

empresa possui uma sala de reuniões onde são realizados todos os encontros profissionais entre a empresa e os seus futuros clientes.

1.4.2.2. Correio Eletrónico

O contacto efetuado através do serviço de correio eletrónico é o principal meio de comunicação utilizado entre a *Studiobox* e os seus clientes.

1.4.2.3. Website

A *Studiobox* possui um *site* oficial onde mostra os seus serviços, os contactos da empresa, o portfólio e o site permite também fazer um pedido de orçamento à empresa, dependendo do serviço. O *site* pode ser acedido em: <http://studiobox.pt/>

1.4.2.4. Redes Sociais

Com a evolução das novas tecnologias e o aparecimento da *web*, as comunicações globais tornaram-se possíveis, pois esta permitiu que surgisse uma quebra nas barreiras do tempo e espaço na comunicação.

A *Studiobox* tem uma conta na rede social *Facebook* onde divulga as informações e novidades sobre a empresa e os seus serviços, como também exemplos de trabalhos realizados pela mesma. A página de *facebook* da *Studiobox* pode ser acedida em: <https://www.facebook.com/design.by.studiobox?fref=ts>.

1.5. Identidade visual

Muitas das grandes corporações usaram, nos diferentes países em que atuavam, uma multiplicidade de nomes e identidades para suas subsidiárias e respetivos produtos e serviços. Entretanto, gradativamente, as corporações foram percebendo que desenvolver uma única marca e uma identidade clara e coerente para a organização como um todo era a melhor maneira de criar uma impressão global nos seus públicos (Pinho, 1996: 29).

Assim, as marcas corporativas guardam uma estreita relação com os programas de identidade visual. Um programa de identidade corporativa não é mais do que a embalagem e a marca de toda uma companhia. Como uma embalagem, a identidade

configura os ingredientes da corporação e possibilita a sua comunicação para os mercados e públicos-alvo. Como uma marca, a identidade corporativa diferencia a empresa de modo positivo e memorável, projetando assim uma personalidade única e posicionando adequadamente a companhia no mercado (Pinho, 1996: 29).

1.5.1 Marca

A *American Marketing Association* estabeleceu em 1960 os conceitos de marca, nome de marca e marca registada. A definição de marca é a mais abrangente, tal como refere Pinho (1996:30) uma marca é “um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes. Nome de Marca é aquela parte da marca que pode ser pronunciada, ou pronunciável. Marca registada é uma marca ou parte de uma marca à qual é dada proteção legal, porque é capaz de apropriação exclusiva”.

O nome da empresa é *Studiobox* e foi escolhido pelo Bruno Esteves, o dono da empresa. Esta escolha deve-se ao facto do Bruno ser design gráfico identificando-se como uma caixa (*box*) de ideias e criou o seu espaço (*studio*) onde poderia desenvolver estas ideias (Esteves, 2005).

1.5.2 Logótipo

O logotipo é responsável por dar reconhecimento à organização identificando as suas características de atividade, produto ou serviço dentro do mercado ou para o público externo.

Lampreia (1999: 50), refere que deve ser de fácil perceção, de grande clareza, de boa memorização e fácil associação (Figura 3).

Lindon *et al* (2011: 117), diz que os elementos que compõem a identidade visual de uma marca são o logótipo e o símbolo. O logótipo é a particularização escrita de um nome e tem obrigatoriamente letras.

1.5.3 Símbolo

É um sinal gráfico, geométrico ou não, que representa a companhia por convenção (Pinho, 1996: 40).

A Marca *Studiobox* contém dois elementos gráficos, que remetem para a explosão de ideias, a liberdade de pensamento.



Figura 3: Identidade visual da *Studiobox*.

Fonte: *Studiobox*.

1.6. Análise SWOT

A Análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário (ou análises de ambiente), sendo usada como base para a gestão e o planeamento estratégico de uma organização. É um sistema simples para posicionar ou verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em questão (Valle, 2007: 7)

O termo SWOT é oriundo do idioma inglês. Representa os pontos fortes (*Strengths*), pontos fracos (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*). Os pontos fortes representam as vantagens internas da organização em relação às empresas concorrentes, os pontos fracos representam as desvantagens internas da organização em relação às organizações concorrentes. As oportunidades representam os aspetos positivos da envolvente com o potencial de crescer a vantagem competitiva da organização e finalmente as ameaças representam os aspetos negativos da envolvente com o potencial de comprometer a vantagem competitiva da organização.

O quadro 1 apresenta a análise SWOT da empresa *Studiobox*:

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Criatividade - Qualidade - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Localização física da empresa - Equipa reduzida
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalização - Inovação - Localização 	<ul style="list-style-type: none"> - Conjuntura económica atual

Quadro 1: Análise SWOT da *Studiobox*.

Fonte: elaboração própria.

A empresa *Studiobox* possui uma equipa criativa e capaz de realizar vários projetos gráficos, o que faz com que estes trabalhos sejam diferentes, inovadores e reconhecidos. Todos os seus trabalhos são de qualidade, pois a equipa realiza-os com rigor e dedicação. A *Studiobox* investe no conhecimento dos seus funcionários e nas suas capacidades, o que faz com que a empresa e os seus trabalhadores evoluam constantemente de acordo com a sociedade e as novas tecnologias. A equipa toma iniciativa e aceita trabalhos novos como por exemplo a criação de aplicações para telemóvel e todo o processo aqui envolvido, e propõe às entidades este serviço procurando novos clientes para a empresa. A empresa não espera pelos clientes, esta procura os clientes e propõe os seus serviços.

Relativamente aos pontos fracos, e mais concretamente à localização física da empresa esta está um pouco escondida e é difícil de encontrar, pois esta situa-se numa rua pouco conhecida e movimentada.

O facto de a empresa só possuir três membros torna um pouco difícil aceitar um grande número de trabalhos e respeitar as datas de apresentação aos clientes.

A principal oportunidade da empresa é a internacionalização, a empresa tem uma parceria com o concelho Bombinhas, Santa Catarina, Brasil. Já criou o *site* oficial do concelho e está a desenvolver uma aplicação para promover o concelho. A empresa também está prestes a realizar um trabalho com maiores proporções para Angola. Outra oportunidade da empresa é a inovação, pois esta segue o desenvolvimento das novas tecnologias acompanhando a sua evolução desde que a empresa foi criada em 2004. Finalmente outra oportunidade da empresa é a sua localização em Viseu, uma cidade em crescimento e cada vez mais desenvolvida. A *Studiobox* é reconhecida em Viseu e realiza cada vez mais trabalhos para o distrito.

A maior ameaça que a empresa enfrenta é a conjuntura nacional que está em crise, o que faz com que os clientes invistam menos e conseqüentemente os serviços da *Studiobox* diminuem.

studio
box®

No segundo capítulo são apresentados os objetivos, o plano de estágio (Anexo 1) e três cronogramas com todas as atividades realizadas durante os três meses. São também descritas todas as atividades realizadas, as aprendizagens efetuadas e as dificuldades encontradas.

2.1 Estágio

É no estágio que nós testamos e aplicamos os conhecimentos adquiridos durante a licenciatura. Esta experiência possibilita um primeiro contacto com o mercado de trabalho e permite avaliarmo-nos enquanto profissionais.

A opção de realizar o meu estágio na *Studiobox*, situado na cidade de Viseu, foi minha. Estabeleci contacto com a empresa e posteriormente com o Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais (GESP) do Instituto Politécnico da Guarda. Enviei o meu currículo e fui convidado a iniciar o estágio no dia 17 de agosto.

Nesse dia, fiquei a conhecer os meus colegas de trabalho e o meu supervisor de estágio Bruno Esteves. Concordámos em inicialmente me concentrar em pesquisar sobre a *Studiobox*, fui ao *site* oficial e ao *facebook*, de seguida mostraram-me trabalhos já realizados pela empresa.

Explicaram-me o funcionamento da empresa e o que esperavam de mim enquanto estagiário.

2.2 Objetivos

Ao iniciar o estágio tinha como objetivo principal aprofundar e consolidar os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos na minha licenciatura.

Queria ser um estagiário competente e conseguir realizar com êxito, as tarefas propostas pela empresa.

2.3 Plano de estágio

No primeiro dia de estágio, juntamente com o supervisor na empresa foi feito um plano de estágio com o objetivo de definir e planificar as tarefas que eu deveria realizar

durante o período de estágio (Anexo 1). Foram traçadas inicialmente as seguintes tarefas:

- *design* e criação gráfica de logótipo e estacionário;
- *web design* (inserção de conteúdos);
- *layouts (Mockups)* para aplicativos móveis;
- pesquisa de dados na Internet;
- promoção de redes sociais;
- desenvolvimento de *websites*;
- registo fotográfico;
- tratamento de imagem;
- elaboração de estratégia de marca para produto. Ex: Viriatus.

2.4 Cronogramas

O objetivo do cronograma é relacionar as atividades a serem executadas e o tempo previsto para sua realização. Em termos gerenciais, isso permite que se faça um esforço no sentido: a) identificar as atividades e o tempo necessário para a sua execução; b) estimar o tempo em face dos recursos disponíveis; c) analisar a possibilidade de sobrepor atividades, executando-as em paralelo; e d) verificar a dependência entre as atividades (Tenório, 1997: 44).

Realizei três cronogramas, um para cada mês de estágio para explicar as tarefas que realizei e perceber os períodos em que as mesmas me ocuparam para as concluir.

Nestes quadros encontram-se os dias em que estagiei, a carga semanal era de segunda a quinta e o horário era das 9:30 às 18:30.

No primeiro mês de estágio, realizei diferentes tipos de trabalhos, desde *sites* em *wordpress* à criação de *mockups* para aplicações de telemóvel em *Illustrator* (quadro 2).

Quadro 2 - Cronograma das atividades de estágio de 17 de agosto a 17 de setembro.

		17 de agosto a 17 setembro															
Tarefas		17	18	19	20	31	1	2	3	7	8	9	10	14	15	16	17
A		■	■	■													
B					■	■								■	■	■	■
C							■	■	■	■			■				
D											■	■					

Legenda:

- A – Criação de Sites em *Wordpress*
- B – Pesquisa e recolha de informação
- C – Elaboração de *Mockups*
- D – Criação de projetos em *Illustrator*

No segundo mês de estágio, continuei a realizar o mesmo tipo de tarefas como: criar *mockups* para aplicações de telemóvel em *Illustrator* e pesquisa e recolha de informação relacionada com projetos da *Studiobox*. Neste período tive também de criar uma ficha de clientes para uma empresa de Viseu e um *flyer* em *Illustrator*. Finalmente criei um *site* para uma empresa de Viseu e editei vídeos de concertos de uma fadista da Região (quadro 3).

Quadro 3 - Cronograma das atividades de estágio de 18 de setembro a 17 de outubro.

		18 de setembro a 17 de outubro														
Tarefas		22	23	24	28	29	30	1	5	6	7	8	12	13	14	15
A									■	■	■	■				
B															■	■
C		■	■										■	■		
D						■	■	■								
E				■	■											

Legenda:

- A – Criação de Sites em *Wordpress*
- B – Pesquisa e recolha de informação
- C – Elaboração de *Mockups*
- D – Criação de projetos em *Illustrator*
- E – Edição de vídeo em *Premiere*

No terceiro e último mês de estágio, participei num projeto novo da empresa com parceria do Engenheiro Nuno Barbas. O projeto consiste em criar uma base de dados com todas as pessoas politicamente expostas de Portugal (PEPs) (quadro 4).

Quadro 4 - Cronograma das atividades de estágio de 19 de outubro a 17 de novembro.

19 de outubro a 17 de novembro																		
Tarefas	19	20	21	22	26	27	28	29	2	3	4	5	9	10	11	12	16	17
A																		

Legenda:

- A – Recolha de informação.

No terceiro mês só tive uma tarefa, pesquisar e recolher informação sobre os PEPs (Pessoas Politicamente Expostas) de Portugal. Esta informação foi recolhida no âmbito de criar uma base de dados para o projeto PEPs.

2.5 Atividades realizadas durante o estágio

Ao analisar todo o período de estágio, verifica-se que realizei vários tipos de tarefas desde edição de vídeos à criação de *flyers*.

Os tópicos que se seguem têm objetivo de apresentar e explicar detalhadamente as tarefas realizadas durante o período de estágio.

2.5.1 Revista Valeu

A empresa *Studiobox* tem uma parceria com uma revista brasileira com o nome “Valeu!” A Revista cultural do Vale Europeu, com o *slogan* “Na VALEU acreditamos

que a cultura deve chegar a todos!”. Esta revista é distribuída no Brasil gratuitamente de três em três meses, e aborda vários temas culturais e da atualidade. A *Studiobox* é responsável pela edição e paginação da revista. As notícias vêm da redação brasileira e aqui na empresa realiza-se o trabalho estético, desde criação da capa e da contracapa de acordo com a temática, à criação e inserção das publicidades.

A semana que comecei a estagiar coincidiu com a semana de lançamento da revista. A *Studiobox* também é responsável pela manutenção do *site* oficial, então foi-me proposto que realizasse essa tarefa em *Wordpress*, ferramenta que a empresa utiliza para criar *sites* e que foi lecionada durante o terceiro ano da licenciatura. A minha tarefa era inserir os conteúdos da revista *online*. Foi uma tarefa simples visto que era só copiar os conteúdos, colar num artigo novo e inserir uma imagem de destaque. A parte mais complicada era justificar o texto e alterar os tipos de letra de forma a tornar o *site* mais apelativo, daí o facto desta tarefa demorar três dias.

O *site* oficial da revista pode ser consultado *online* em: <http://revistavaleu.com.br/>

2.5.2 Bombinhas

A segunda tarefa proposta pela empresa foi realizar uma pesquisa de hotéis, imobiliárias, restaurantes e serviços disponíveis no município de Bombinhas. Bombinhas é um município brasileiro do estado de Santa Catarina.

A *Studiobox* está a trabalhar numa parceria com o município, e têm em vista a criação de uma aplicação para Bombinhas. O objetivo desta aplicação é promover o concelho, visto esta ser uma zona turística constituída por várias praias.

A minha tarefa era pesquisar hotéis, retirar imagens e preencher requisitos propostos pela empresa como: a classificação do hotel, as comodidades, se dispõe de alimentação, o custo médio por estadia, se tem estacionamento e os contactos. Finalmente tinha que pesquisar imagens do hotel para criação de uma galeria na aplicação.

De seguida tinha que pesquisar restaurantes, neste tópico tinha que ter em consideração as suas especialidades, a capacidade, o custo por refeição, os contactos, se

dispõe de estacionamento e qual o horário. Também tinha que procurar imagens para criação de uma galeria.

Tinha que procurar imobiliárias, especificar o tipo de aluguer, as condições, os contactos e a identidade visual da imobiliária.

Finalmente tinha que referir serviços disponibilizados em Bombinhas, neste caso pesquisei agências de turismo e escolas de mergulho. Relativamente às agências de turismo, especifiquei o tipo de turismo, as atividades, os *trails* mais famosos, os contactos e os preços. As escolas de mergulho, pesquisei as técnicas e os métodos de ensino, a capacidade e as instalações da escola e finalmente os preços e horários. Também pesquisei imagens para criar uma galeria.

2.5.3 Os Repesenses

O Clube de Futebol “Os Repesenses” está sediado em Repeses, uma localidade nos arredores de Viseu. É um clube de referência no distrito de Viseu, sendo conhecido pelo seu contributo na formação de jovens desportistas, alguns destes consagrados numa carreira profissional na área do futebol, como são os casos recentes dos atletas: Bruno Loureiro e Tomé Mendes, ou atletas como José Leal, Paulo Sousa, Mauro Almeida (Jordão), Nuno Piloto, entre muitos outros percursos que pela sua dimensão e profissionalismo homenagearam o Clube.

A *Studiobox* está a desenvolver uma aplicação para o clube “Os Repesenses”. Esta aplicação vai permitir aos adeptos do clube aceder a uma variedade de conteúdos. Após uma reflexão com o Bruno Esteves chegamos à conclusão de quais os ecrãs que deveriam constar na aplicação.

Página principal com um fundo atrativo e botões de ação com ícones para navegar pela aplicação (Figura 4).

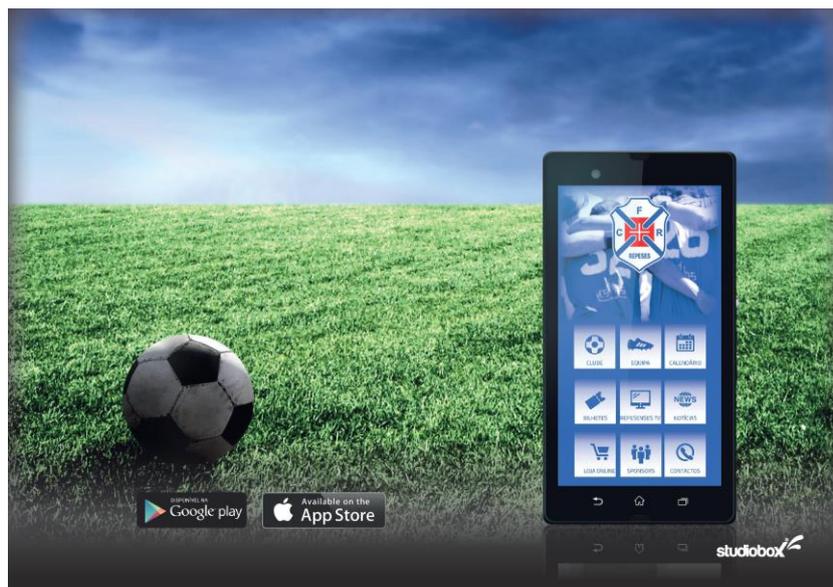


Figura 4: Ecrã principal da aplicação.

Fonte: *Studiobox*.

De seguida um ecrã dedicado ao clube e à sua história, a equipa com os elementos e sua informação (Figura 5).

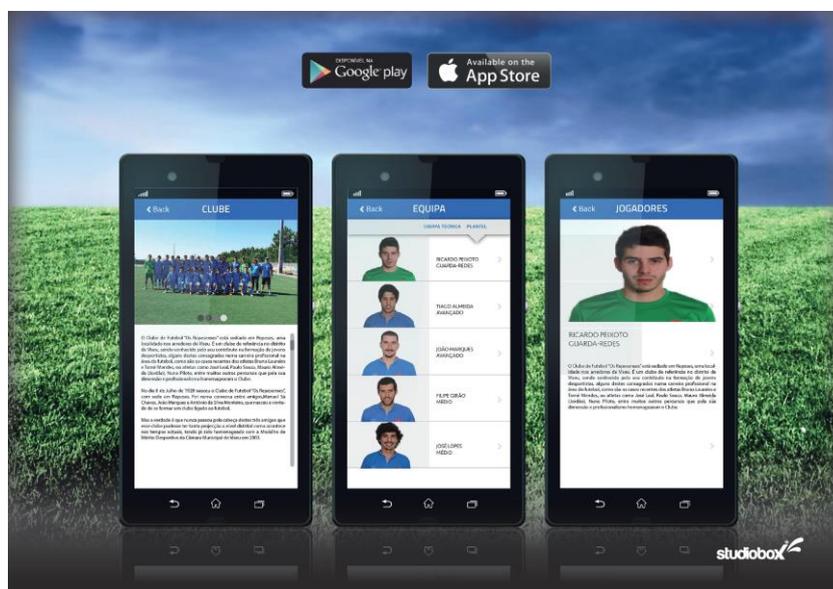


Figura 5: Ecrãs da equipa e dos jogadores.

Fonte: *Studiobox*.

Um calendário de jogos com acesso à classificação da equipa e um ecrã que permite realizar a reserva de bilhetes (Figura 6).

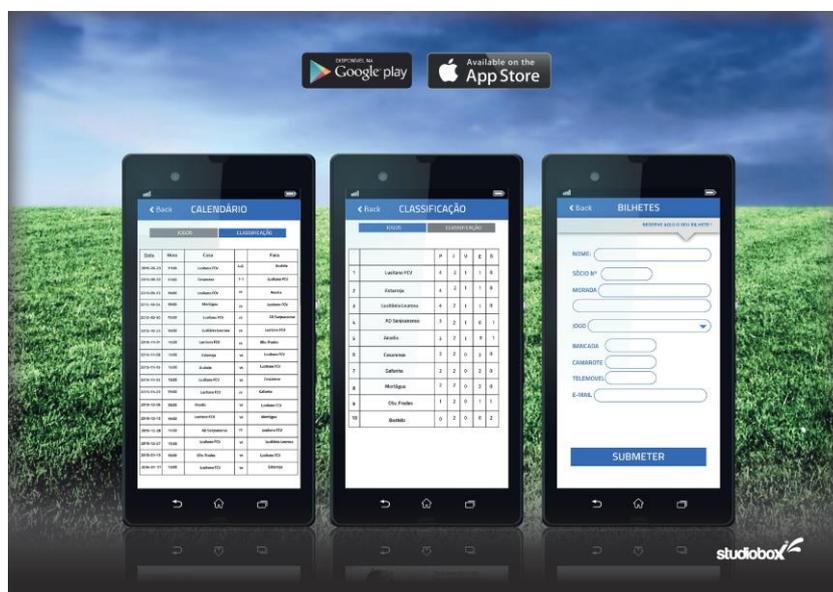


Figura 6: Ecrãs do calendário, classificações e da reserva de bilhetes.

Fonte: Studiobox.

Uma loja *online* que permite realizar compras de produtos do clube, os patrocínios, e finalmente os contactos do clube (Figura 7).

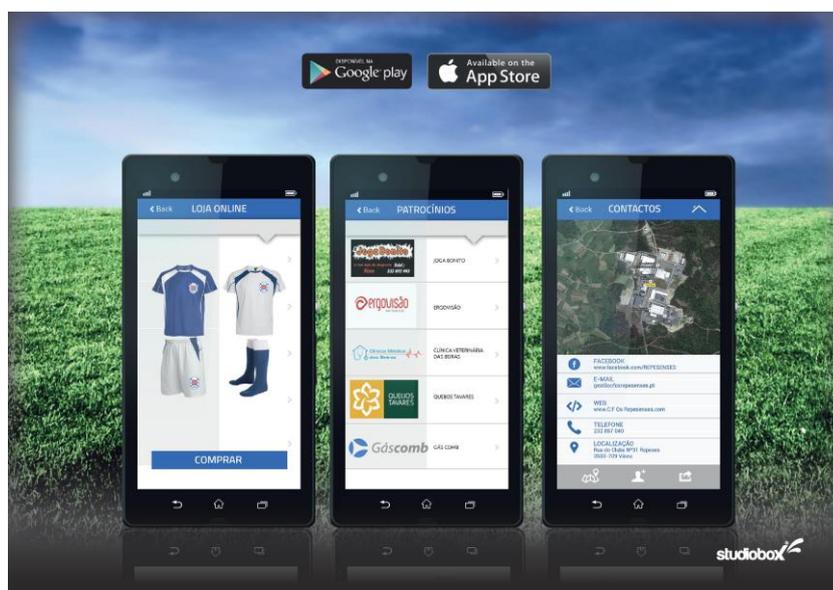


Figura 7: Ecrãs da loja *online*, patrocínios e dos contactos.

Fonte: Studiobox.

Após terminar os *layouts* da aplicação, estes foram apresentados pelo gerente ao clube. Para o fundo da apresentação foi utilizada a imagem de um campo de futebol.

2.5.4 Reflexo Nutritivo

“Reflexo Nutritivo” é um projeto que está a ser desenvolvido pela nutricionista Eunice Raquel Correia e Silva. Com o slogan “ Nutrição e Saúde, a natureza aliada à saúde.”, a parte estética deste projeto está ser realizado pela *Studiobox*. A empresa criou o *site* e a página de *facebook*, faltava criar o livro de receitas. Foi-me proposta a criação de um *template* atrativo e natural que remetesse à natureza, onde seriam apresentadas várias receitas saudáveis fornecidas pela nutricionista.

Para a realização do projeto optei por um fundo verde, que remete para a natureza, foi-me fornecida a marca do projeto “Reflexo Nutritivo”, fui realizando testes de cor para verificar que tipo de verde melhor se adequava à identidade corporativa gráfica (Figura 8).



DIETA 1000 Kcal

Pequeno Almoço:
200 ml de leite magro com café ou descafeinado
100g de fruta fresca = 2 peças de fruta

Meio da Manhã:
100g de fruta fresca

Almoço:
300g de verdura cozida ou salada ou 45g de legumes ou massa ou arroz
100g de carne magra ou de frango (sem pele) ou de peixe gordo ou 150g de peixe magro.
30g de pão integral ou 2 tostas integrais

Lanche:
Leite magro com café ou descafeinado
100g de fruta fresca

Jantar:
300g de verdura cozida ou salada
100g de frango (sem pele) ou 150g de peixe magro
30g de pão integral ou 2 tostas integrais

NOTA:
O azeite cru é permitido apenas 2 colheres de sopa ao dia.
O peso dos alimentos se refere ao alimento em cru e livre de desperdícios.
Água 1,5 - 2 litros por dia.

Dr^a. Eunice Raquel Correia e Silva
NUTRICIONISTA

www.reflexonutritivo.com
geral@reflexonutritivo.com
962 623 767

Figura 8: Estrutura do *template* para Reflexo Nutritivo.

Fonte: *Studiobox*.

Após várias tentativas cheguei ao resultado final, um *template* simples e de fácil leitura. Segundo a nutricionista Eunice Silva adequou-se perfeitamente ao que se pretendia. Esta informação pode ser acedida no site oficial: <http://www.reflexonutritivo.com/>

2.5.5 Spanjaard

A *Studiobox* está a desenvolver o *site* oficial da empresa Spanjaard, e foi-me proposto que criasse ícones para botões de navegação na página principal. Cada ícone teria de estar relacionado aos vários serviços que a empresa dispõe. Para realizar este trabalho realizei uma pesquisa de imagens relacionadas com o tema e em *illustrator* adicionei uma fonte tipográfica com fundo preto no canto inferior direito (Figura 9).



Figura 9: Ícones para o *site* do grupo Spanjaard.

Fonte: *Studiobox*.

2.5.6 Cartões-de-visita

Uma das funções da *Studiobox* é promover as empresas clientes e os serviços que estas prestam, e para isso a empresa recorre às redes sociais, onde são publicados os trabalhos mais recentes da *Studiobox*, mas também de empresas clientes.

Foi-me proposto a realização de *mockups* de cartões-de-visita de clientes. Para realizar esta tarefa pesquisei *mockups* já existentes que se adaptassem a cartões-de-visita. Este trabalho foi realizado no *Adobe Photoshop*, ferramenta onde adaptei as identidades visuais das empresas aos *mockups*.

Para o cartão-de-visita do Garden Hotel, optei por um *mockup* com uma agenda no fundo de forma a remeter para reservas (Figura 10).



Figura 10: *Mockup* cartão-de-visita de Viseu Garden Hotel.

Fonte: *Studiobox*.

Para a realização do *mockup* do cartão-de-visita da Grubrás optei por um fundo com uma secretária e um computador, que remete para trabalho (Figura 11).



Figura 11: *Mockup* cartão-de-visita de Grubrás.

Fonte: *Studiobox*.

Para a criação do *mockup* do cartão-de-visita da Fotofício, optei por um layout visual onde são demonstrados quatro cartões da empresa, lado a lado (Figura 12).



Figura 12: *Mockup* cartão-de-visita da Fotofício.

Fonte: *Studiobox*.

Com a realização destes *mockups* consegue-se ter uma perceção do efeito dos cartões no dia-a-dia. Após finalizar os projetos, estes são partilhados no *facebook* da *Studiobox*, e também nos *sites* oficiais das empresas clientes.

2.5.7 Vídeos Mara Pedro

A *Studiobox* não trabalha na área de edição de vídeo, mas apareceu um cliente de Viseu que precisava que lhe editassem uns vídeos para publicar no *Youtube*, como eu tinha conhecimentos na área ofereci-me para realizar esta tarefa. Os vídeos são de concertos de uma cantora de fado de Viseu, Mara Pedro a Cinderela do Fado. É uma fadista jovem que participou em vários programas televisivos de jovens talentos. Destaca-se pela sua voz estranhamente madura, desde tenra idade que surpreende quem a ouve. No palco, a sua simplicidade e empatia com o seu público, que gosta de sentir próximo e olhar nos olhos, expressa o seu canto, através do sorriso que a caracteriza.

A cantora realizou uma tournée pela Lituânia, e necessitava que lhe editassem vídeos. Eram 26 vídeos de temas da cantora, o meu objetivo era retirar os ruídos e as partes sem interesse. Era necessário colocar a identidade visual oficial da cantora no canto superior direito, e uma legenda no início de cada música, com o nome da cantora,

o nome do fado e o local onde estava a cantar. Também era necessário colocar no meio das músicas imagens das paisagens e do público que tinham sido gravadas separadamente. A edição resultou em 26 vídeos de vários temas de fado interpretados pela cantora, nos seus espetáculos pela Lituânia. Após editar todos os vídeos e os ter exportado, foi necessário colocar os vídeos *online* no canal oficial da Fadista no *Youtube*.

Os vídeos podem ser visualizados no *Youtube* no canal da Fadista Mara Pedro que se encontra em: <https://www.youtube.com/channel/UC0lhkURi4oE3INeTAtNiBJg>.

Dos vídeos que editei, o tema “Pode ser mentira”, é o que tem mais visualizações, cerca de 133 e pode ser visto em: <https://www.youtube.com/watch?v=ryVf-FRiTmM>.

2.5.8 Artistas de música portugueses

Foi-me proposta a criação de uma base de dados com os contactos de vários artistas de música portugueses. A empresa *Studiobox* pretende contactar os vários artistas e propor a criação de uma aplicação para os fãs, onde estes podem ter acesso a informação sobre os seus cantores preferidos e a conteúdos exclusivos. Para realizar esta tarefa realizei uma pesquisa exaustiva desde *sites* oficiais às redes sociais de cada cantor. Na base de dados constam 107 artistas de música portugueses, com toda a sua respetiva informação. A base de dados irá ser necessária para um projeto no futuro.

2.5.9 Folha de saída de clientes

O Bruno Esteves, gerente e meu supervisor na *Studiobox* propôs-me a criação de uma ficha de clientes para a empresa Soltem, Lda. A Soltemp, Lda é uma empresa de Viseu, especializada na área da climatização.

Foi-me proposto a criação de um *template* de raiz, com um *design* simples e prático, de fácil leitura e perceção. Para criar este trabalho utilizei a ferramenta *Illustrator* da Adobe. O projeto resultou numa ficha de clientes simples e de fácil leitura que se adequa ao objetivo da empresa (Figura 13).



Figura 14: Flyer Intercycling.

Fonte: Studiobox.

O texto utilizado no *flyer* foi fornecido pela empresa e era obrigatório constar no projeto. A *Studiobox* ficou satisfeita com o resultado final e enviou juntamente com as propostas da Patrícia Belo para a Intercycling analisar.

2.5.11 Site NS Eletricidade

A *Studiobox* queria testar o meu conhecimento na área de criação de *sites*, então a equipa propôs que eu criasse um site institucional para a empresa NS Eletricidade.

NS Eletricidade é uma empresa de assistência e manutenção no ramo da eletricidade e redes de dados, situada em Viseu.

Realizei o meu projeto em *Wordpress*. Para começar procurei um *template* que se adequasse ao tema, o *template* teria de conter na página principal uma galeria onde seria demonstrado algumas imagens da empresa. O *template* utilizado é *responsive*, o que significa que se adapta ao dispositivo onde é consultado.

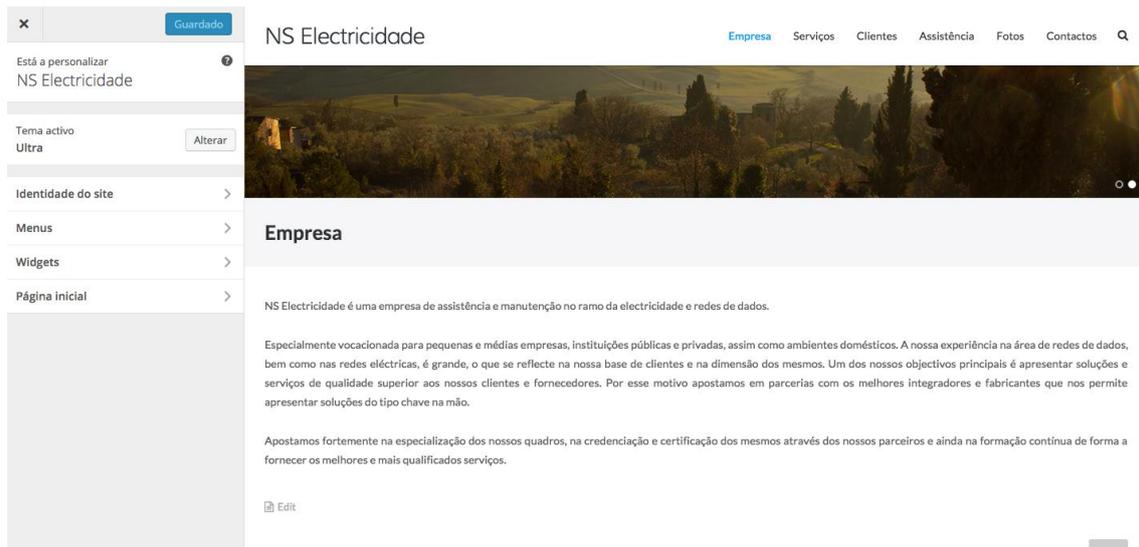


Figura 15: Realização do *site* em *wordpress*.

Fonte: *Elaboração própria*.

Os menus que criei de acordo com o que a empresa requisitou são:

- empresa, onde está uma breve história da empresa;
- serviços, onde são descritos os serviços da empresa;
- clientes, onde estão representados os clientes fidelizados;
- assistência, caso seja necessário pedir assistência, nesta página o utilizador terá acesso a um formulário que explica todo o processo;
- fotos, uma galeria de fotos fornecidas pela empresa relacionadas com a área, nesta página instalei um *plug-in* que permite criar uma galeria;
- contactos, onde são apresentados os contactos da empresa.

Na página principal criei uns botões interativos, com ícones que representam os serviços da empresa.

De acordo com a *Studiobox* o *site* ficou simples, e a Susana Andrade, que é responsável pelo desenvolvimento de conteúdos *web*, ficou responsável por terminar o *site*, e dar os retoques finais.

2.5.12 Aplicação Futebol Clube Viseu 2001

A empresa *Studiobox* propôs a criação de outra aplicação para um clube de Viseu, o Futebol Clube Viseu 2001.

Com a estrutura já criada e baseado na aplicação criada anteriormente, Os Repesenses, o desenvolvimento deste projeto foi mais simples e rápido. As cores principais utilizadas foram o azul e o laranja, sendo que a estrutura dos outros ecrãs manteve-se igual à aplicação realizada anteriormente (Figura 16).



Figura 16: Ecrã principal da aplicação Viseu 2001.

Fonte: *Studiobox*.

De acordo com a *Studiobox*, a aplicação ficou atrativa e bem estruturada, e irá ser apresentada ao clube brevemente.

2.5.13 Mockups Revistas

Foi lançada em Agosto a nova revista “Valeu!” e a *Studiobox* ficou responsável por promover a revista. Era necessário criar *mockups* de revistas, para publicar no *site* oficial da revista e nas páginas oficiais nas redes sociais.

Para criar o primeiro *mockup* (Figura 17), optei por um *layout* onde seria apresentado a capa da revista e uma publicidade realizada pela *Studiobox*.

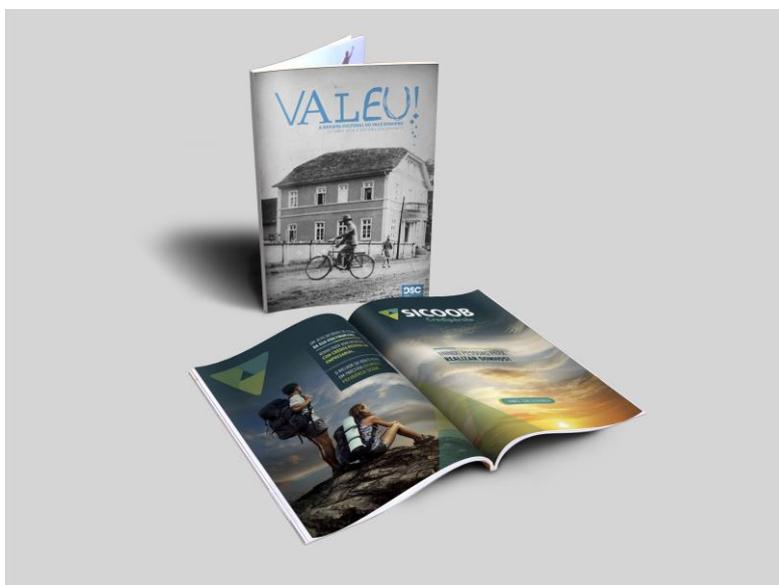


Figura 17: *Mockup* Revista Valeu!

Fonte: *Studiobox*.

No segundo *mockup* (Figura 18), optei por um *layout* que remete-se ao lazer e ao simples prazer de ler uma revista.



Figura 18: *Mockup Revista Valeu!*

Fonte: *Studiobox*.

Durante a realização dos projetos, também foi proposto promover as publicidades criadas pela *Studiobox* (Figura 19).

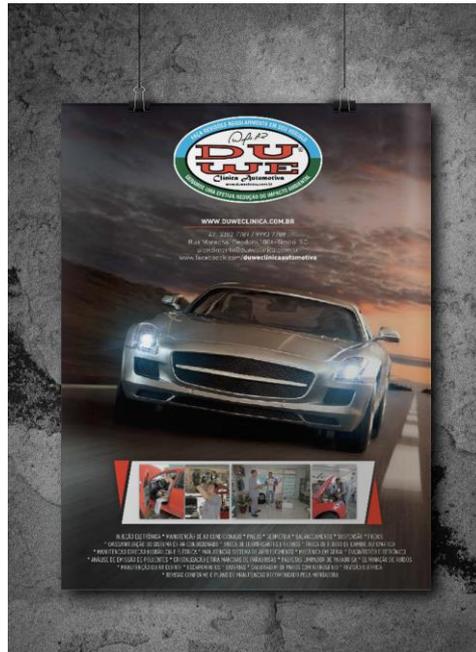


Figura 19: *Mockup* publicidade.

Fonte: *Studiobox*.

Para o último *mockup* (Figura 20), optei por um *outdoor* com o objetivo de exemplificar o efeito de uma publicidade realizada pela *Studiobox*.



Figura 20: *Mockup Outdoor*.

Fonte: *Studiobox*.

2.5.14 Pessoas Politicamente Expostas

O Engenheiro Nuno Barbas está a desenvolver um projeto denominado por PEPs (Pessoas Politicamente Expostas). Este projeto consiste numa base de dados com todas as pessoas politicamente expostas em Portugal. Após os dados serem recolhidos e a base de dados estar terminada, vai ser criada uma aplicação com todos os elementos da base de dados. Este projeto vai ser criado para o Governo Português e tem que ser finalizado em maio de 2016. Esta aplicação vai permitir ter acesso rápido aos elementos politicamente expostos de Portugal.

A *Studiobox* disponibilizou as instalações ao Engenheiro Nuno Barbas, e como era necessário pesquisar vários tópicos diferentes, o meu supervisor Bruno Esteves, deu-me a tarefa de ajudar neste projeto. Como esta tarefa iria ser de grande dimensão, ficou combinado ajudar neste projeto até à conclusão do período do meu estágio.

O projeto vai ser dividido em dez tópicos principais: membros tribunais superiores, oficiais de alta patente das forças armadas, chefes missões diplomáticas, gestores públicos, membros órgãos de administração e fiscalização bancos centrais, membros autarquias, membros juntas freguesias, chefes de estado, chefes governo, membros governo, deputados Assembleia da Republica e pessoas relacionadas societariamente e comercialmente.

Para cada um destes temas vai ser criada uma tabela onde terão de ser preenchidos os seguintes elementos: nome, ID base dados, fotografia, categoria, etc...

Este projeto ainda se encontra em desenvolvimento, e não se pode divulgar muita informação. Durante o meu período a trabalhar neste projeto foram realizadas muitas reuniões privadas, que eu não podia participar, a minha única função era pesquisar a informação na internet de forma a criar a base de dados.

REFLEXÃO FINAL

Para mim, a entrada no ensino superior, foi um objetivo que me motivou durante o ensino secundário. Na minha família o meu irmão mais velho foi a primeira pessoa a entrar no ensino superior, e eu sempre quis ser o segundo e dar o exemplo ao meu irmão mais novo.

Ao entrar nesta nova fase sempre sonhei em começar a minha carreira profissional e conquistar a minha independência, para isso tinha que trabalhar e aproveitar esta nova experiência e todos os novos conhecimentos que iria adquirir.

Estes três anos de licenciatura de Comunicação Multimédia foi uma experiência muito enriquecedora que me fez crescer como pessoa e como profissional. Adquiri muitos conhecimentos e aprendi muitas coisas, que para mim foram novas e importantes na minha formação profissional. O estágio sem dúvida é a meta final desta fase, porque para além de ser essencial para a conclusão da minha licenciatura é onde temos um primeiro contacto com o mercado de trabalho e com profissionais já a trabalhar na área.

Para realizar o estágio tinha três pensamentos em mente que com certeza me ajudaram a ultrapassar esta fase com sucesso: existe sempre quem sabe mais do que nós, temos que estar sempre prontos para aprender e não desistir, só porque não corre bem numa primeira tentativa.

Fui aceite a estagiar na empresa que sempre pretendi, a *Studiobox*, uma empresa de Viseu, o meu distrito, empresa essa que já tinha ouvido falar. Fui muito bem recebido, os profissionais integraram-me nos trabalhos naturalmente, pois sempre que tinha uma dúvida eles mostraram-se sempre disponíveis para me ajudar e me apoiar nos projetos propostos.

Muitas vezes tive que me adaptar a novas situações e “quebrar barreiras”, pois sinceramente para muitos dos projetos que me propuseram na empresa, senti que não estava preparado. Foi necessário ser autodidata e empenhar-me, tive que realizar pesquisas, estudar novos conteúdos e assistir tutoriais na Internet. Dá trabalho e é cansativo, mas a satisfação de apresentar um bom projeto, e receber elogios vale sempre a pena.

Agora mais do que nunca percebo a importância do estágio, pois o mundo do trabalho é completamente diferente do que nós estamos habituados enquanto estudantes.

As responsabilidades são muitas, por exemplo quando nos é proposto um trabalho, nós somos os únicos responsáveis e temos de nos “desenrascar” para que o trabalho seja concluído e acima de tudo aprovado pelas entidades responsáveis. Houve situações que tive de trabalhar em equipa e quando trabalhamos em equipa existe mais pressão, pois temos que dar o nosso contributo e terminar sempre a nossa parte de forma a não deixar mal o grupo.

A realização deste estágio permitiu-me realizar uma autoavaliação enquanto profissional, e ver o que sou capaz enquanto profissional, verifiquei quais as áreas onde sei trabalhar melhor e quais as que tenho dificuldades.

Após terminar o estágio fiquei muito satisfeito e agradecido por ter estagiado na empresa *Studiobox*, e por ter tido acesso a esta nova experiência. Consegui realizar todos os trabalhos que me foram propostos na empresa e vim embora satisfeito com a sensação de ter deixado o meu contributo. Como já referi, percebo melhor o que é um estágio e a sua importância na inserção no mercado de trabalho, é um período único e cheio de novas aprendizagens que quando, devidamente, aproveitado nos possibilita adquirir novas experiências, que nos fazem crescer como profissionais, mas acima de tudo como pessoas.

BIBLIOGRAFIA

Bowditch, J. L. e Buono, A. F. (1992). *Elementos de Comportamento Organizacional*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning Ltda.

Caetano, J. e Rasquilha, L. (2007). *Gestão da Comunicação*. Porto: Quimera.

Esteves, Bruno (2005). *Portfólio da Studiobox*. Viseu: Studiobox.

Lampreia, J. M. (1999). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. e Rodrigues, J.V. (2011). *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing* (14ª ed.). Alfragide: Publicações Dom Quixote.

Pinho, J. (1996). *O Poder das Marcas*. Brasil: Summus editorial.

Tenório, F. (1997). *Gestão de ONGs Principais Funções Gerenciais*. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas.

Valle, J. (2007). *40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*. Brasport.

ANEXOS

Anexo 1
Plano de Estágio

PLANO DE ESTÁGIO

Cursos de Especialização Tecnológica (CET)
Licenciaturas
Mestrados

MODELO

GESP.004.02

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola: ESECD ESS ESTG ESTH

Tipologia do Estágio:
 Curricular Extracurricular Outro: _____

Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? Sim. Qual? _____

1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO

Estudante: João Pedro Lopes Barvalho N.º 5007843

Docente orientador: _____

Supervisor: Bruno Esteves

2. PLANO DE ESTÁGIO

- DESIGN e criação gráfica de logótipo e estacionário
- WEB DESIGN (inserção de conteúdos)
- LAYOUTS (MOCKUPS) para aplicativos móveis
- Pesquisa de dados na internet
- Promoção de Redes sociais
- Desenvolvimento de websites
- Registo fotográfico
- Tratamento imagem
- Elaboração de Estratégia de Marca para produto - ex. vinhos

3. ASSINATURAS

O Estudante	O Docente Orientador	O Supervisor
<p>12 0 8 20 15</p> <p>Data</p> <p><u>João Barvalho</u></p> <p>(assinatura)</p>	<p>_____</p> <p>Data</p> <p>_____</p> <p>(assinatura)</p>	<p>12 0 8 20 15</p> <p>Data</p> <p>studiobox</p> <p>(assinatura e carimbo da entidade)</p> <p>MULTIMÉDIAS E MARKETING DIGITAL</p>

Anexo 2
Flyer Intercycling



“
**SE OS SEUS EQUIPAMENTOS ELÉCTRICOS
FORA DE USO ENTREGAR,
MUITAS FAMÍLIAS VAI ALIMENTAR.**
”

- MICRO-ONDAS •
- MÁQUINAS DE LAVAR •
- FRIGORÍFICOS •
- TELEVISÕES •
- TELEMÓVEIS •
- PILHAS •
- LÂMPADAS •
- ETC. •



**ENTREGUE O SEU EQUIPAMENTO NO
BANCO ALIMENTAR OU CONTACTE:**

Edifício Expobeiras
Parque Industrial de Coimbrões
3500-618 Viseu
Tel.: 232 469 332
Email: ba.viseu@bancoalimentar.pt

“

**ENTREGUE O SEU VELHO ELETRODOMÉSTICO
NO BANCO ALIMENTAR DE VISEU**

OS EQUIPAMENTOS QUE DOAR, POR ALIMENTOS VAMOS TROCAR. ”

APOIO
airv Associação
Empresarial
da Região
de Viseu